

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS BAURAN ECERAN  
TERHADAP NIAT UNTUK MEMBELI ULANG  
DI PASAR SWALAYAN TOPS TAMAN PINANG INDAH SIDOARJO**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI**

**JURUSAN MANAJEMEN**

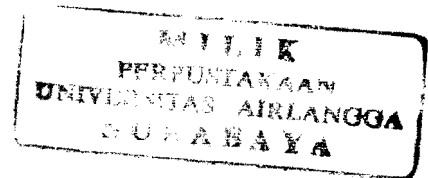
KK

B 189 /03

Fur  
a



**DIAJUKAN OLEH:  
MARIYANA FURAIDA  
No Pokok : 040037000**



**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

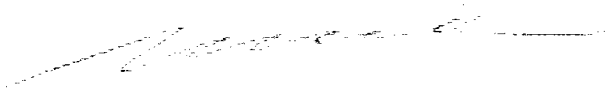
**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS BAURAN ECERAN  
TERHADAP NIAT UNTUK MEMBELI ULANG  
DI PASAR SWALAYAN TOPS TAMAN PINANG INDAH SIDOARJO**

**DIAJUKAN OLEH:**  
**MARIYANA FURAIDA**  
**No Pokok : 040037000**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Drs. HERMAWANTO, MSc, MBA.**

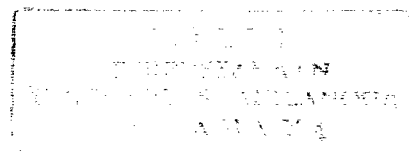
**TANGGAL** 1-7-2003

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.**

**TANGGAL** 18-7-2003



## ABSTRAKSI

Kepuasan adalah penting karena penjualan perusahaan berasal dari dua kelompok utama, yaitu pembeli baru dan pelanggan lama, dimana biasanya dibutuhkan biaya yang lebih besar untuk menarik konsumen baru dibanding mempertahankan pelanggan yang telah ada. Bagi pengecer, bauran eceran atau dengan kata lain bauran pemasaran pengecer adalah pusat dari rencana untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan merancang bauran pemasaran yang sesuai dengan pasar sasaran diharapkan konsumen puas dan berniat untuk membeli ulang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepuasan atas faktor-faktor bauran eceran berpengaruh terhadap niat konsumen untuk membeli ulang. Obyek penelitian ini adalah individu yang telah sering berbelanja atau dijumpai sedang berbelanja di pasar swalayan TOPS Taman Pinang Indah Sidoarjo dengan ketentuan kegiatan belanja saat itu adalah bukan yang pertama kalinya.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan atas faktor *physical facilities* ( $X_1$ ), kepuasan atas faktor *merchandise* ( $X_2$ ), kepuasan atas faktor *pricing* ( $X_3$ ), kepuasan atas faktor *promotion* ( $X_4$ ) dan kepuasan atas faktor *service* ( $X_5$ ). Sedangkan variabel tergantung yang digunakan adalah niat untuk membeli ulang.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa kepuasan atas faktor *physical facilities*, kepuasan atas faktor *merchandise*, kepuasan atas faktor *pricing*, kepuasan atas faktor *promotion*, dan kepuasan atas faktor *service* secara bersama-sama (simultan) maupun secara individu (parsial) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat konsumen untuk membeli ulang di pasar swalayan TOPS Taman Pinang Indah Sidoarjo.

Model analisis regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini adalah:  $Y = -1,803 + 0,379 X_1 + 0,382 X_2 + 0,276 X_3 + 0,216 X_4 + 0,293 X_5$

Nilai R atau koefisien korelasi adalah 0,856 atau 85,6%. Nilai ini menunjukkan adanya keeratan hubungan antara niat untuk membeli ulang dengan kepuasan atas faktor *physical facilities*, kepuasan atas faktor *merchandise*, kepuasan atas faktor *pricing*, kepuasan atas faktor *promotion*, dan kepuasan atas faktor *service*.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,732 atau 73,2%. Nilai ini menunjukkan 73,2% perubahan variabel niat untuk membeli ulang di pasar swalayan TOPS Taman Pinang Indah Sidoarjo dipengaruhi oleh kepuasan atas faktor *physical facilities*, kepuasan atas faktor *merchandise*, kepuasan atas faktor *pricing*, kepuasan atas faktor *promotion*, dan kepuasan atas faktor *service*. Sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar variabel bebas yang digunakan.